

POMIĘDZY RAMÓWKĄ A SERIALOWYM OBŻARSTWEM. JAK POLACY OGLĄDAJĄ SERIALE?

AGNIESZKA KARASIŃSKA

Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej
Uniwersytet Jagielloński, Kraków

ABSTRACT

Between the Programming and the Binge-Viewing. How do Poles Watch TV Series?

The article focuses on the new phenomenon known as the binge-watching, which is the practice of compulsive watching multiple episodes of a single television show in rapid succession. Binge-viewing is typical for the educated and culturally competent young people whose watching preferences go beyond the traditional tv, and include e.g. online media services. The phenomenon evolved together with the transformation of the communication technology, with the rise of the participatory practices, as well as with the evolution of the tv series themselves. The article explains the origin of the phenomenon, and presents its widespread popularity. Moreover, it analyzes the motivations and engagement of the Polish viewers who practice binge-viewing of the new generation TV series.

Keywords: tv series genre, compulsive tv viewing, binge-watching, convergence, media literacy, media reception models

Oglądamy seriale. Dużo i z zamięrowaniem lub mało, mimochodem, a nawet przez przypadek. W ciągu tygodnia możemy obejrzeć wiele różnych tytułów lub tylko jeden ulubiony serial, oglądany codziennie o stałej porze, od dziesięciu lat.

✉ Adres do korespondencji: – Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ;
ul. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków

Znajdą się wśród nas i tacy, którzy zeszli z salonowej kanapy i zasiedli przed ekranami laptopów. Telewizor pozostawili w dużym pokoju, bo okazało się, że próżno w nim szukać seriali, które trzymają w napięciu, zaskakują, zmuszają do umysłowego wysiłku, są przedmiotem intelektualnej mody.

Jak Polacy oglądają neoseriale?

Aby się tego dowiedzieć, autorka artykułu niemal przez rok badała zwyczaje polskich odbiorców – także tych, którzy nowe seriale oglądają poza telewizyjną ramówką.

W śledzenie serialu w tradycyjnej formie wpisane jest nerwowe oczekiwanie na następny odcinek w telewizji. Dzięki alternatywnemu kanałowi rozpowszechniania treści, jakim jest Internet, seriale, niegdyś przywiązane do telewizji jako medium wytwórczego i dystrybutora, utraciły spójność z tradycyjnymi praktykami odbiorczymi. Obecnie mogą być odbierane na różnych nośnikach, co ma istotny wpływ na ilość czasu i zaangażowanie widzów w odbierane treści. W postaci skrajnej prowadzi to do zjawiska *binge-watching*, oglądania kompulsywnego, serialowego obżarstwa, które dostarcza rozmaitych przyjemności.

Binge-watching lub *binge-viewing* to taki sposób recepcji seriali, który polega na obejrzeniu kilku lub kilkunastu odcinków podczas jednej sesji. W konsekwencji widzowie poznają cały sezon, lub kilka sezonów serialu w ciągu kilku dni albo nocy. Co ważne, odbiór w taki sposób najczęściej odbywa się niezależnie od woli nadawcy. Widz samodzielnie kształtuje swoją medialną dietę, a nerwowe oczekiwanie na następny odcinek, dotąd wpisane w koncepcję serialu, przestaje istnieć.

Binge-watching, czyli serialowe obżarstwo po polsku

Wraz z upowszechnianiem się magnetowidów od lat 80. ubiegłego stulecia znana jest praktyka oglądania programów telewizyjnych w formie maratonów. Określenia *binge-watching* i *binge-viewing* były wtedy używane w wąskich kręgach fanów audycji telewizyjnych, którzy spotykali się na mniej lub bardziej formalnych konwentach i wspólnie oglądali interesujące ich tytuły w dużych ilościach. Jednak oficjalnie, termin *binge-watch* jest bardzo młody. Razem z pojęciami takimi jak *selfie* i *bitcoin* po raz pierwszy pojawił się na liście nowych słów słownika oksfordzkiego dopiero w 2013 roku. W tłumaczeniu na polski, *binge* oznacza szaleństwo, robienie „czegoś na umór”. Słowo używane jest najczęściej w odniesieniu do opisu zjawisk nałogowych, takich jak: *binge-eating* (‘obżarstwo, przejadanie się, kompulsywne objadanie się’), *binge-drinking* (‘opilstwo, picie na umór’), *sex-binge* (‘seksoholizm, nadmiar seksu’), czy *binge-shopping* (‘zakupoholizm, szaleństwo zakupów’). Na fali popularności angielskiego wyrażenia i nowego zjawiska dotyczącego oglądania seriali, pojęcie doczekało się polskiej

adaptacji: „oglądanie kompulsywne”. Po raz pierwszy wyrażenie to zostało użyte w *Gazecie Wyborczej* w artykule pt. „Jeden odcinek to za mało. Jak Polak ogląda, to na całego” (Makarenko 2014). Należy jednak zauważyć, że w polskiej literaturze zjawisko „kompulsywnego oglądania telewizji” zostało opisane w książce pt. „Psychologiczne aspekty odbioru telewizji” już w roku 1999. Wtedy oznaczało to telemanię, czyli rozpatrywane było w kategorii uzależnienia od telewizji i dotyczyło przede wszystkim widzów, którzy oglądają cokolwiek, po to tylko, by oglądać (Francuz 1999, t. I). Chociaż zjawisko nosi znamiona nałogu, to praktyka oglądania seriali nowego typu w zachłannej formie, jak pokazały badania, właściwie stanowi protest przeciwko bezmyślnej telemanii i jest nastawiona na precyzyjny (i wybredny) wybór jakościowych treści, które widz pragnie obejrzeć. O tym jednak później.

Najprościej *binge-watching* lub *binge-viewing* można zatem zdefiniować jako intensywny i skondensowany sposób recepcji seriali telewizyjnych, polegający na ich niemal nieograniczonym odbiorze w dowolnie wybranym przez siebie czasie i miejscu. Taki model odbioru zakłada więc celowy wybór treści niezależnie od telewizyjnej ramówki.

Szacuje się, że w Stanach Zjednoczonych jest to obecnie najpowszechniejsza praktyka odbioru treści audiowizualnych przy pomocy rozmaitych nośników pamięci lub mediów strumieniowych, czyli bez ściągania materiałów wideo na komputer. Z raportu „PricewaterhouseCoopers” (PwC), opartego na badaniach przeprowadzonych na próbie ponad tysiąca osób, dowiadujemy się, że praktyka kompulsywnego odbioru dotyczy więcej niż połowy dorosłych Amerykanów. Co ciekawe, ponad 50 procent respondentów przyznało, że w 2014 roku *bindżowali* jeszcze więcej niż rok wcześniej (Bothun, Lieberman 2014). Jak możemy zauważyć z wykresu „Google Trends”, hasła: *binge-watching* i *binge-viewing* pojawiają się dopiero od lutego 2013 roku.



Ilustracja 1: Hasła *binge-watching* i *binge-viewing* na wykresie Google Trends

Źródło: <https://www.google.pl/trends/explore#q=binge%20watching> (17.10.2014).

Prawdopodobnie jest to skorelowane z datą premiery (1 luty 2013 r.) „House od Cards” (Netflix, 2013–), czyli serialu, którego producenci od początku nie ukrywali, że ów zaprojektowany został z myślą o tym nowym stylu oglądania. Chociaż apetyt amerykańskich widzów na zachłanne oglądanie stopniowo rośnie od momentu, kiedy seriale zaczęły być dostępne w Internecie, to samo wyrażenie *binge-watching* spopularyzowało się dopiero w momencie udostępnienia naraz wszystkich odcinków sezonu serialu o przebiegłym kongresmenie walczącym o prezydenturę w USA, wyprodukowanego przez Netflix. Zdarzenie to było precedensem. Po raz pierwszy serial został stworzony nie przez telewizyjnego giganta, ale przez internetową wypożyczalnię filmów i programów telewizyjnych. Nowatorski sposób jego dystrybucji przyczynił się do wzrostu popularności zjawiska oglądania przez amerykańskich widzów seriali w całości, lub po kilka odcinków naraz.

Skąd się wzięło bindzowanie? Z torrentów!

„– Powiedz, że nie oglądasz «Mad Menów». Obiecuję, że nie będziesz oglądać «Mad Menów» beze mnie... Jak już stąd wyjdę, zbindzujemy wszystkie odcinki razem, w łóżku, weźmiemy jedzenie na wynos od Berdiego i będziemy godzinami nadrabiać zaległości!”¹ – prosi Piper Chapman, bohaterka serialu „Orange Is the New Black” (Netflix, 2013–) opowiadającego o żeńskim więzieniu federalnym. Więźniarka w pomarańczowym kombinezonie jest głodzona przez inne osadzone, jednak w rozmowie z narzeczoną nie myśli o potrzebach fizjologicznych jest dla niej priorytetowa. Dla Piper ważniejsze jest wymuszenie na ukochanym obietnicy regularnego kolekcjonowania odcinków aż do momentu skompletowania całego sezonu, by po powrocie mogli razem „pochłonąć” wszystkie odcinki serialu naraz.

Aby widz zechciał utknąć na wiele godzin przed ekranem nad daną produkcją, musiało dojść do zmian w obrębie samych seriali, technologii i praktyk uczestnictwa. Wymienione czynniki są ze sobą nierozzerwalnie związane.

Proces przestaczania się seriali z prostej rozrywki w skomplikowane narracje telewizyjne, o których obecnie mówi się „jakościowe”, rozpoczął się od zmian w mentalności Amerykanów w kierunku otwartości, zapoczątkowanej przez rewolucję seksualną. Zmiany dotyczące seriali zależą zatem od czynników socjologicznych, widoczne są w warstwie tekstualnej, jak i modelu produkcyjnym. Wszystko to zaowocowało poszerzeniem audytorium seriali.

Najstarszy gatunek serialowy, czyli *soap opera* i jego liczne konfiguracje adresowane były (i są) do masowej publiczności, głównie do gospodyń domowych. Oznacza to, że zarówno temat, jak i długość odcinków przemyślane są tak, by

¹ Z linii dialogowej serialu „Orange Is the New Black”: *we are going to binge watch it* (ang. obejrzymy wszystkie odcinki naraz) – na potrzeby tej publikacji utworzono neologizm *bindzować*.

można było w nich swobodnie umieszczać bloki reklamowe, dotyczące np. środków piorących. Ta zależność pozwala na powielanie wciąż tych samych kalek ekranowych perypetii bohaterów. Serial starego typu charakteryzuje się nie autorskim pomysłem o niepowtarzalnych losach ludzkich, ale zaspokajaniem prostej, ludzkiej potrzeby gawędy, czy towarzyskiej plotki (Uszyński 2005). Atrakcyjność takich produkcji dla widzów polega na tym, że przedstawiają one rzeczywistość dnia codziennego, ale lepszą, piękniejszą, będącą odbiciem ich pragnień. Tradycyjnym serialem rządzi zatem założenia formatu, które z kolei zmierzają do tego, aby serial zapewnił telewizji wysoką oglądalność.

Natomiast neoseriale od początku produkowane były z myślą o niszowych audytoriach. Mówiąc o początkach, mamy tu na myśli zmiany w amerykańskim krajobrazie medialnym pod szyldem telewizji postsieci. Rozwój telewizji satelitarnej i powstanie wielu płatnych stacji, które zaproponowały odbiorcom większą ilość programów i zróżnicowaną ofertę programową, doprowadziły do utraty monopolu „wielkiej trójki”, czyli ABC, CBS i NBC. Poskutkowało ona tym, że obok formatów „dla każdego” zaczęły się pojawiać audycje mające na celu zaspokojenie bardziej wysublimowanych gustów. Stacje, które zareagowały na tę potrzebę specjalizacji, musiały ograniczyć grupę docelową do zamożnej i wykształconej części społeczeństwa, która była skłonna dodatkowo zapłacić za dostęp do interesujących ją treści. Stacje takie, jak HBO, Showtime czy AMC, utrzymujące się nie z reklam, ale z opłat abonamentowych, mogły sobie pozwolić na emitowanie programów o większej permissywności obyczajowej i na poruszanie kontrowersyjnych tematów (niewygodnych dla reklamodawców), niemożliwych do pokazania w stacjach ogólnodostępnych. W spadku po pierwszych neoserialach współczesne adresowane są raczej do użytkowników, którzy samodzielnie kształtują swój repertuar medialny, niż do telewizyjnej publiczności masowej.

Reżyserka filmowa i telewizyjna Agnieszka Holland mówi, że kluczem do zrozumienia fenomenu popularności produkcji ze Stanów Zjednoczonych jest to, że z założenia nie są one produkowane w celu osiągnięcia wysokich wyników oglądalności:

Nikt nie rozpacza, kiedy „Mad Men”, jeden z najlepszych seriali ostatnich lat, zbiera przed ekranami jedynie milion osób, a „Treme” – 700 tysięcy. Emisja telewizyjna przestała być wyłącznym kanałem dystrybucji. Są płyty DVD, Internet, usługi typu *video on demand*. Dzięki dobrze ocenianym produkcjom, wzrasta też prestiż stacji. Ameryka jest krajem, w którym nawet w telewizji czuje się potrzebę działania na rzecz społeczeństwa. Decydenci mają ambicję, żeby zostawić po sobie ślad, a producenci pragną trafić w gusta lepiej wykształconego wizualnie młodego pokolenia, które nie trawi już telewizyjnej papki (Kwiatkowski 2011).

Reżyserka zwraca uwagę na pojawienie się alternatywnych kanałów dystrybucji – płyt DVD, Internetu i usług „na żądanie”, które sprawiają, że serial przestał być przywiązany do telewizji, jako medium wytwórczego dla tych tekstów. Nowe media rozbiły konstrukcje seriali i sprawiły, że niekoniecznie trzeba ich doświadczać jako szeregu epizodów w czasie wyznaczonym przez nadawcę. Technologia

to kolejny bardzo istotny czynnik, który ma wpływ na zmianę praktyk odbiorczych widzów seriali.

Jednym z pierwszych *novum*, które przyniosło zmiany w sposobie recepcji seriali, był system, który przyczynił się oglądania programów poza oryginalną ramówką telewizyjną, czyli *Video Home System* (VHS). W latach 80. rozpowszechnił się jako tzw. „standard kina domowego”. Najważniejszą dla seriali funkcją magnetowidu był *timeshifting*, umożliwiający nagrywanie, przewijanie i zatrzymywanie oglądanego programu w dowolnym momencie. Opcja ta pozwoliła na wielokrotne powracanie do poszczególnych odcinków. To z kolei przyczyniło się do budowania bardziej skomplikowanych narracji, gdzie wielość wątków wymagała od widzów większego skupienia, ponieważ luki narracyjne potrafiły łączyć kilka odcinków (Ryszkiewicz 2014, s. 196). Zauważmy, że jeszcze do lat 90. większość seriali przygodowych i sensacyjnych była zbudowana jako zestaw autonomicznych odcinków (były perypetie, ale przed końcem odcinka następowało rozwiązanie). W ramówce „wielkiej trójki” prym wiodły głównie medyczne i kryminalne *procedurals*: „Ostry dyżur” („ER”, NBC, 1994–2009), „Nash Bridges” (CBS, 1996–2001), „Grace w opałach” („Grace Under Fire”, ABC, 1993–1998) (Ryszkiewicz 2014, s. 193), niczym właściwie (w obrębie gatunku) nieróżniące się od siebie, gdyż odcinki na ogół tworzyły zamknięte, nieskomplikowane fabuły, które można było emitować w dowolnej kolejności. Magnetowidy zmusiły twórców do tworzenia fabuł z zaskakującymi *cliffhangerami*, dzięki którym potrzeba zobaczenia następnego odcinka była na tyle mocna, by widzowie nie mogli sobie tego odmówić. Tym samym, produkcje proceduralne musiały ustąpić miejsca serialom nowego typu, które konstruowane były pod nową metodę oglądania, zdeterminowaną przez technologię.

Kasety VHS, na które nagrywano wówczas seriale, cechowała niska trwałość i mała pojemność. Kłopotliwa była także ich wielkość, która utrudniała kolekcjonowanie i przechowywanie filmów, a tym bardziej wielu sezonów seriali. Wraz z upływem czasu kasety zostały wyparte przez DVD, a następnie Blu-ray. W konsekwencji model odbioru typu *flow* mógł zostać zastąpiony modelem wydawniczym, w którym widz kolekcjonuje wydania swoich ulubionych programów telewizyjnych (Ryszkiewicz 2014, s. 196).

Kolejne technologie, które miały wpływ na zmiany praktyk odbiorczych, czyli także na *binge-viewing*, związane są już z Internetem. Za najważniejszą z nich można uznać rozwój systemów wymiany plików w Internecie, zainicjowany przez serwisy takie jak Napster. Projekt rozwinęły telewizje *streamingowe*, tj. Hulu, Amazon Prime, czy Netflix. Ta ostatnia w Stanach Zjednoczonych generuje już 36 proc. całego ruchu przy ściąganiu danych i niemal w całości wyeliminowała piractwo. „House of Cards” zapewnił serwisowi gigantyczną promocję na całym świecie, tworząc wydarzenie szeroko omawiane przez wiele tygodni, pokazując Netflix jako markę innowacyjną, solidną i wychodzącą naprzeciw potrzebom internautów (Robaczek 2014, s. 204). Do końca 2016 roku serwis planuje być w każdym miejscu świata (Wawrzyn 2015), w Polsce dość nieoczekiwanie

pojawił się dopiero na początku stycznia 2016 roku (na razie Polacy znajdują się w czołówce narodowości ściągających serial „House of Cards” natychmiast po premierze (tw 2014)). Model biznesowy firmy oparty jest zarówno na kupowaniu formatów, jak i produkowaniu własnych seriali i programów telewizyjnych. Co ważne, audycje nie są przerywane reklamami.

Dynamiczny rozwój technologii: od odtwarzaczy VHS po dekodery i przystawki umożliwiające nagrywanie treści na dyskach twardych, ale przede wszystkim Internetu, doprowadziły do powstania nowych praktyk i form aktywności kulturowej, a więc alternatywnych sposobów wykorzystywania seriali, które jako pliki komputerowe nie są już przypisane do jednego miejsca, czasu, ani platformy technologicznej.

Według Henry’ego Jenkinsa (Jenkins 2010, s. 39) współczesne seriele mają być głównie kierowane do graczy komputerowych i internautów, bo to właśnie ta widownia „odpłynęła” do nowych mediów. Młodzi nadal oglądają telewizję, ale traktują ją jako „medium tła”. Świadomie i z zaangażowaniem seriele te użytkowane są na nośnikach innych, niż telewizory. Postęp technologiczny wpływa na zmianę formy seriali, motywuje ich twórców do transmedialnego sposobu komponowania fabuły, a to z kolei skłania odbiorców do korzystania z nowych platform. W końcu, użytkownicy nowych seriali odchodzą od modelu telewizji opartego na ramówce do modelu angażującego (Naruszewicz-Duchlińska 2014, s. 175). Oznacza to, że Nowy Serial produkowany jest z przeznaczeniem do użytkowania go w wielu różnych mediach. Ta wieloe ekranowość przekazu ma wpływ na temat, treść, strukturę czy kompozycję współczesnego serialu, który zaprojektowany został także do tego, by go przetwarzać, udostępniać innym lub pochłaniać w całości.

Kim jest polski binge-viewer?

Różnorodnych raportów na temat sposobów oglądania telewizji przez Polaków pojawia się coraz więcej. Tezy jednych mówią o stale rosnącej oglądalności tradycyjnej telewizji. Drugie o powiększającej się publiczności serwisów VoD, które należą do tych samych koncernów medialnych. Nie ma natomiast niezależnych raportów, których wyniki pochodziłyby z serwisów np. *hostingowych*, ponieważ działają one na granicy legalności i nie ujawniają swoich danych.

Aby się dowiedzieć, kim jest polski widz o skłonnościach do kompulsywnej recepcji, niezbędne było przeprowadzenie autorskich badań wśród polskich odbiorców na temat sposobów oglądania różnych seriali telewizyjnych. Chcąc się przyjrzeć praktykom nowoczesnych widzów, którzy korzystają głównie z kanałów pozatelewizyjnej dystrybucji, autorka tego opracowania na potrzeby swojej pracy magisterskiej pt. *„Binge-watching jako sposób recepcji seriali nowej generacji na przykładzie polskiego odbiorcy”* (2015) przeprowadziła zarówno badania ilościowe, jak i jakościowe. Celem badań było opisanie nowego zjawiska, jakim jest

binge-watching wśród polskich odbiorców. Aby go zrealizować, należało dotrzeć do widowni różnych seriali telewizyjnych. W ten sposób udało się opisać trzy modele odbioru: „ramówkowy”, gdzie widz posłusznie czeka na emisję swojego serialu w linearnej telewizji, „streamingowy”, w którym użytkownik do odbioru seriali używa przede wszystkim Internetu i decyduje o porze odbioru, oraz *binge-watcherów*, którzy serialom poświęcają większą ilość czasu. Na potrzeby badań ilościowych, ustalono kryteria pomiaru kompulsywnej recepcji seriali. Uznano, że *binge-watcher* to widz, który:

- na oglądanie seriali poświęca nie mniej niż cztery godziny w tygodniu;
- śledzi równocześnie przynajmniej dwa różne serie;
- liczba odcinków „pochlanianych” przez niego za jednym zamachem wynosi więcej niż dwa.

W okresie od 12 marca do 7 kwietnia 2015 roku wśród widzów przeprowadzono internetowe badania ankietowe, które objęły 217 osób. Okazało się, że na ankietę odpowiedziały przede wszystkim osoby w wieku 18–34 lat, z których, na potrzeby badań, utworzono grupę główną. Grupa wiodąca składała się ze 184 osób: 139 kobiet i 45 mężczyzn, w której zanotowano przewagę osób z wyższym wykształceniem pierwszego stopnia. Grupę kontrolną stworzyły osoby od 35. do 64. roku życia, w składzie: 17 kobiet i 11 mężczyzn. W grupie kontrolnej odnotowano nadreprezentację osób z wykształceniem wyższym drugiego stopnia. Analiza kwestionariuszy pokazała, że niemal połowa wszystkich respondentów, który wzięli udział w badaniu to odbiorcy kompulsywni.

W celu wykazania, z jakim emocjonalnym zaangażowaniem, motywacjami i w jakich okolicznościach widzowie uprawiają *binge-watching*, przeprowadzono z wybranymi respondentami zogniskowane wywiady grupowe.

Poniżej przedstawione zostały najciekawsze wnioski dotyczące *bindżowania* seriali.

Binge-watcherzy to przede wszystkim osoby młode, z pokolenia Y², które „odpłynęły” do nowych mediów. Według deklaracji widzów w wieku od 18 do 35 lat ich głównymi motywacjami do intensywnego śledzenia seriali jest to, że dzięki nim mogą się uczyć obcych języków, poznawać różnorodne konteksty kulturowe, a przy tym serie dostarczają im rozmaitych emocji i zaspokajają potrzebę relaksu. Ponad 40 proc. wszystkich *binge-watcherów* stanowiły osoby w wieku 18–24 lat, około 43 proc. zidentyfikowano w grupie 25–34-latków. Jak widać, największe skłonności do *bindżowania* wykazują osoby z grupy najbardziej zajętej „robieniem kariery” – poszukiwaniem pracy, awansem zawodowym, zarabianiem pieniędzy.

Starsi widzowie, którzy wykazują skłonności do serialowego obżarstwa, to osoby nowoczesne, które wiedzą, jak się poruszać w Internecie. Świadczy o tym nie tylko wybór kanału odbioru, ale przede wszystkim wskazanie tych samych

² Osoby urodzone między 1980 a 2000 rokiem, zwane również „pokoleniem cyfrowym”, ze względu na aktywne korzystanie z technologii i mediów cyfrowych.

co w przypadku Ygreków tytułów produkcji jakościowych. Pozostałe cechy demograficzne *binge-watchera* to wielkomiejskie pochodzenie i wyższe wykształcenie. Większe skłonności do kompulsywnej recepcji seriali wykazują kobiety. Jak pokazały wyniki przeprowadzonej ankiety, widownia seriali wciąż pozostaje silnie sfeminizowana, jednak preferencje dotyczące gatunków i sposobów użytkowania seriali zależne są bardziej od wieku, niż od płci.

Potwierdza to tendencję klarowania się dwóch, pokoleniowych grup widzów serialowych: starsi widzowie („ramówkowi”) wybierają seriale powszechnie dostępne w telewizji, zaś młodzi („streamingowi”) próbują na własną rękę szukać interesujących ich treści w Internecie.

Analiza kwestionariuszy pokazała także, że *bindżowanie* dotyczy przede wszystkim seriali nowej generacji, zwłaszcza tych, które w momencie przeprowadzania ankiet były najpopularniejsze ze względu na zbliżającą się datę premiery, jak w przypadku serialu „Gra o tron” („Game of Thrones”, HBO, 2011–), lub w niedługim czasie po udostępnieniu nowego sezonu (jak w przypadku „House of Cards”). Wśród najczęściej wymienianych seriali wartych *bindżowania* i wielokrotnego oglądania znalazły się też takie tytuły, jak: „Sherlock” (BBC, 2010–), „W garniturach” („Suits”, USA Network, 2011–) czy „Przyjaciele” („Friends”, NBC, 1994–2004).

Zachłanne oglądanie seriali w polskim wykonaniu dotyczy zatem wykształconych i kompetentnych kulturowo dorosłych. Dzięki temu, że seriale zyskały miano jakościowych, wielogodzinne tkwienie przed telewizorem, postrzegane niegdyś jako czynność wstydliva i krępująca, stało się modną i społecznie akceptowaną praktyką społeczną. Co więcej, praktyka samotnego oglądania seriali przez wiele godzin jest symptomatyczna dla ludzi, którzy troszczą się o swój wizerunek.

Czemu służy binge-viewing?

Widzowie kompulsywni przyznają, że dzięki istnieniu forów dyskusyjnych, za pośrednictwem których mogą wymieniać opinie z innymi oglądaczami (tak zwane *community watching*), *binge-viewing* wszedł do głównego nurtu kultury i uważany jest za zjawisko pozytywne. Potrzeba dzielenia się swoimi uwagami z innymi świadczy o tym, że *bindżowanie* nie do końca jest doświadczeniem indywidualnym. Z jednej strony, widzowie kompulsywni pochłaniają seriale przy użyciu laptopów, czyli samotnie – zauważmy, że komputer przenośny podobnie jak tablet, czy smartfon, to sprzęty nie tylko mobilne, ale też bardzo osobiste. Ich właściciel nie lubi się nimi dzielić. Z drugiej jednak strony, temat seriali używany jest przez *binge-viewerów* jako pretekst do nawiązania rozmowy z innymi. Rozmowy o niuansach fabularnych mają też miejsce przy okazji spotkań przy kawie i na okoliczność plotek biurowych. Ma to związek również z tym, że wybór serialu, któremu warto poświęcić czas i uwagę, zazwyczaj pochodzi z rekomendacji

znajomych. O ile *bindzer* najchętniej ogląda seriale w samotności, to swoimi wrażeniami lub przypuszczeniami na temat kolejnych odcinków pragnie się dzielić z innymi. To ludzie z najbliższego otoczenia, również ci ze świata wirtualnego, mają największy wpływ na to, co oglądamy.

Odbiorcy kompulsywni traktują seriale jako sposób na odpoczynek po dniu pracy, a oglądanie często zajmuje im całą noc. Czas poświęcany serialom jest bardzo ciekawą kwestią. *Binge-watcherzy* mówią, że o ile oglądanie serialu w telewizji łączy się z pewnego rodzaju przypadkowością i „marnowaniem czasu”, to metody internetowego odbioru wymagają strategii w umiejętnym planowaniu, kiedy i czy można sobie na to w danym momencie pozwolić. Na czas projekcji ulubionego serialu realny świat przestaje istnieć, co w połączeniu z siłą *cliffhanger*a często kończy się spędzeniem całej nocy z daną produkcją. Kliknięcia pauzy w odtwarzaczu nie wymuszają nawet potrzeby organizmu – widzowie, by oglądać serial, pozbawiają się snu i pożywienia. W badaniu ankietowym na otwarte pytanie o najczęściej zaniedbywane sprawy na rzecz oglądania seriali, respondenci deklarowali m.in.: „spać się chce, ale się ogląda”, „lepiej zjeść byle co, niż gotować coś porządnego”.

Praktyka, polegająca na oglądaniu większej liczby odcinków podczas jednej sesji wymaga od widzów całkowitego zaangażowania i koncentracji. Jest to główny czynnik, odróżniający sposób kompulsywnej recepcji od przypadkowej i czasochłonnej telemanii. Model kompulsywnego odbioru obejmuje instrumentalny sposób posługiwania się treściami telewizyjnymi. Seriale, które użytkuje się w zachłannym trybie, mocno angażują uwagę oglądacza. Ich odbiór jest nastawiony na celowe oglądanie, wybiórczy dobór tematów, które widz pragnie obejrzeć, oraz wysoki poziom poznawczego zaangażowania się w te treści podczas oglądania programu (Francuz 1999, t. I, s. 64).

Chęć zachłannego odbioru motywowana jest pragnieniem emocjonalnego poznania, pograżenia się w fabule i doświadczenia sytuacji, z którymi nie ma się do czynienia na co dzień. W opinii respondentów, taśmowe oglądanie korzystnie wpływa na recepcję serialu jako całości, ponieważ pozwala na dłuższy niż w przypadku filmu, kontakt z bohaterami. A co za tym idzie – na poznanie psychologicznej konstrukcji postaci, wnikliwą interpretację ich motywów działania, zachwyt nad całością narracyjnej architektury serialu i docenianie szczegółów. Są to podstawowe przyjemności, jakie czerpie się z *binge-watching*.

Modele oglądania kompulsywnego

Zależnie od okoliczności kompulsywne oglądanie obejmuje różne sposoby poznawania seriali. Wśród nich można wyróżnić wstrzymywanie się od projekcji aż do momentu uzbierania całej puli odcinków sezonu ulubionego tytułu w lepszej rozdzielczości lub oglądanie kilku epizodów podczas jednego posiedzenia, ale w dłuższych odstępach czasu, różnych seriali.

Pierwszy sposób typowy jest dla osób, które oglądają serial całymi sezonami, czyli mocnych *binge-watcherów*, którzy czują się emocjonalnie związani z daną produkcją. Moment oglądania wszystkich dostępnych odcinków naraz traktują w kategorii osobistej nagrody, poprzedzonej dłuższym oczekiwaniem. Aby w pełni cieszyć się z obcowania z ulubionym serialem, odbiorcy kompulsywni tak planują swój czas, by móc pozwolić sobie na całonocny maraton. Należy zauważyć, że ich emocjonalny stosunek do serialu nie zawsze przekłada się na praktyki fanowskie. W związku z tym nie można postawić znaku równości między zjawiskiem *binge-watching* a fandomem. Kompulsywna recepcja seriali związana jest raczej z pewnym protokołem oglądania, emocjonalnym przeżywaniem obejrzanej historii i bezpośrednim odnoszeniem treści zobaczonych na ekranie do swojej sytuacji życiowej niż z ekspresją własnej twórczości na temat serialu. Sposób drugi – oglądanie różnych seriali w większej liczbie niż jeden odcinek podczas jednej sesji – związany jest z mniejszym nakładem przygotowań i wynika przede wszystkim z potrzeby relaksu.

Niechęć do tradycyjnej telewizji jest charakterystyczna dla *bindżerów*, którzy nie wyobrażają sobie, że ich ulubione audycje mogłyby być przerywane reklamami. Dla widzów kompulsywnych nie istnieją przyjemności związane z rytualnym śledzeniem serialu zgodnie z rytmem telewizyjnej ramówki. Widzowie kompulsywni z niechęcią odnoszą się do zasadności emisji seriali nowej generacji w telewizji, rację bytu mają dla nich jedynie telewizje wydawnicze.

Kiedy w maju 2015 roku policja zlikwidowała największe polskie serwisy *hostingowe*, użytkownicy Internetu zaczęli się doszukiwać w tych zdarzeniach szybkiego nadejścia Netfliksa. Dostrzegalny żal w komentarzach polskich internautów po zniknięciu z Sieci nielegalnych serwisów VoD i ekscytacja wywołana nieoficjalną informacją o ekspansji Netfliksa do Polski świadczą o tym, że *binge-watching* jest prawdopodobnie powszechną praktyką odbiorczą tych widzów, którzy oglądają serie w Internecie. Powoli „wyludnia się stojąca przed telewizorem kanapa, a sam odbiornik przestaje być meblem. Na naszych oczach upowszechniają się nowe postawy odbiorcze, z których przebija pragnienie uwolnienia się z narzuconych przez tradycyjną telewizję ram” – twierdzi Wiesław Godzic (2010, s. 140).

Wiedza o tym, z jakimi potrzebami, emocjami i praktykami kulturowymi związana jest kompulsywna recepcja seriali, jest niezwykle istotna dla ludzi powiązanych z branżą medialną. Jeżeli telewizja przyszłości opierać się ma na modelu *pull*, w którym to sam użytkownik decyduje, co, kiedy i jak długo chce oglądać, to należy się uważnie przyglądać dzisiejszym praktykom internetowych odbiorców.

Binge-viewing jest charakterystyczny dla seriali, które potrafią utrzymać uwagę widza dzięki dobrej fabule. Konstruowanie seriali w taki sposób i udostępnianie wszystkich odcinków sezonu w Sieci przez platformę, która robi wszystko, by w oczach widzów zyskać wizerunek innowacyjnego prekursora, wzmacnia w odbiorcach niepohamowaną potrzebę natychmiastowego oglądania.

Nawyk kompulsywnego sposobu odbioru to doskonały grunt pod rozwój usieciowionej telewizji, której ramówka przyszłości będzie jeszcze bardziej spersonalizowana.

Bibliografia

- Bothun D., Lieberman M. (2014). Consumer Intelligence Series: Videoquake 2.0: Feeling the effects of videoquake – changes in how we consume video content [<https://consumermediaallc.files.wordpress.com/2014/12/pwc-videoquake-video-content-consumption-report.pdf>; 3.05.2015].
- Francuz P. (1999). Psychologiczne aspekty odbioru telewizji, t. I i II. Lublin.
- Godzic W. (2010). Koniec telewizji, początek twórczości. W: M. Filiciak, M. Danielewicz, M. Halawa, P. Mazurek, A. Nawrotny (red.). *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze* (s. 138–140). Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS. Warszawa.
- Jenkins H. (2010) (w rozmowie z Szymonem Grelą). Seriale tworzą nowe wspólnoty. W: *Seriale. Przewodnik Krytyki Politycznej* (s. 31–46). Warszawa–Gdańsk.
- Kwiatkowski K. (2011) Ambitne seriale. *Kultura, Newsweek* [<http://kultura.newsweek.pl/ambitne-seriale,81355,1,1.html>; 10.06.2015].
- Makarenko V. (2014). Jeden odcinek to za mało. Jak Polak ogląda to na całego. *Media i technologie, Wybórca.biz* [http://wyborcza.biz/biznes/1,101558,15899995,Jeden_odcinek_serialu_to_za_malo_Jak_Polak_oglada_.html; 10.12.2014].
- Naruszewicz-Duchlińska A. (2014). Kultowość jako składnik wizerunku medialnego seriali. W: Krawczyk-Laskarzewska, A. Naruszewicz-Duchlińska, P. Przytuła (red.). *Seriale w kontekście kulturowym. Gatunki, konwergencja, recepcja* (s. 175–189). Olsztyn.
- Robaczek K. (2014). O przyszłości telewizji przy okazji House of Cards. W: M. Major, J. Bucknall-Hołyńska (red.). *Władcy torrentów, wokół angażującego modelu telewizji* (s. 201–207). Gdańsk.
- Ryszkiewicz J. (2014). To nie telewizja...? W: M. Major, J. Bucknall-Hołyńska, (red.). *Władcy torrentów, wokół angażującego modelu telewizji* (s. 193–199). Gdańsk.
- The Oxford Dictionaries of the Year 2013. Oxford Words blog [<http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>].
- tw (2014). Polacy w czołówce internautów ściągających „House of Cards”. *Wirtualne Media* [<http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/polacy-w-czolowce-internautow-sciagajacych-nielegalnie-house-of-cards>; 8.04.2015].
- Uszyński J. (2005). Serial epoki przemysłowej. W: J. Uszyński (red.). *Polskie seriale telewizyjne 2005: studium antenowe* (s. 6–19). Biblioteka Zeszytów Telewizyjnych. Warszawa.
- Wawrzyn M. (2015). Netflix obiecuje: już wkrótce będziemy w Polsce! Serialowa [<http://www.serialowa.pl/104661/netflix-obiecuje-juz-wkrotce-bedziemy-w-polsce/>; 16.08.2015].

STRESZCZENIE

Pomiędzy ramówką a serialowym obżarstwem. Jak Polacy oglądają seriale?

Artykuł poświęcony jest nowemu zjawisku, jakim jest kompulsywne oglądanie seriali. *Binge-watching* to praktyka polegająca na odbiorze seriali telewizyjnych w całości lub w większej liczbie odcinków podczas jednej sesji. Sposób takiej recepcji jest charakterystyczny dla wykształconych i kompetentnych kulturowo młodych dorosłych, którzy samodzielnie kształtują

swój medialny repertuar za pomocą pozatelewizyjnych form dystrybucji. Model kompulsywnego odbioru zaistniał dzięki zmianom w obrębie seriali, technologii i praktyk uczestnictwa. W opracowaniu starano się pokazać genezę zjawiska oraz jego popularność. W dalszej części tekstu przedstawiono wnioski na temat motywacji i zaangażowania polskich widzów, którzy oddają się kompulsywnej recepcji seriali nowej generacji.

Słowa kluczowe: serial jako gatunek, oglądanie kompulsywne, binge-watching, konwergencja, kompetencje medialne, modele odbioru